

ナナノワ

第11期報告書

2020.4.1 ▶ 2021.3.31

今日とあしたと、
笑顔をつなぐ、
ナナノワ



テレビ東京グループは「全コンテンツ・全配信」の方針を進めて、さらなる成長を目指します。



株式会社テレビ東京ホールディングス
代表取締役社長

石川 一郎

Ishikawa Ichiro

皆様には、平素よりテレビ東京グループに対して格別のご理解とご支援を賜り、心より感謝申し上げます。

2020年は新型コロナウイルス感染拡大で世界中、経済が大きな打撃を受けました。当社グループもその影響を受けて放送収入が落ち込み、20年度の連結売上高は前の年度と比べて4.2%減少しました。

番組制作を工夫するなどコストコントロールを徹底する一方、当社グループの成長分野であるアニメ事業を強化、売上高は過去最高となりました。BSテレビ東京の売上高はBSのなかで初めて首位となったほか、巣ごもり需要をとらえた通販部門も伸びたこともあって、連結の営業利益は前年度より2.0%増やすことができました。

昨年秋、テレビ東京グループは「全コンテンツ・全配信」を経営方針として掲げ、番組をはじめとするコンテンツの配信事業を強化していくことを決めました。放送と配信との相乗効果によってコンテンツの価値を最大限高めていく戦略です。4月には配信とマーケティングの新組織を作り、配信のためのコンテンツ制作や権利処理などのための戦略的な予算も設けました。

アニメ事業はすでに中国で現地制作体制を整えていますが、これからはさらに欧米や中東、中南米などへの販路拡大や商品化ビジネスを強化したいと思います。当社グループは「配信とアニメ」を成長のエンジンと位置づけて、向こう3年間で粗利益を1.5倍にする計画です。イベントや通信販売事業も成長分野と考えて力を入れていきます。こうした経営戦略によって、中期経営計画では連結営業利益を21年度は55億円、22年度は75億円と過去最高に引き上げ、23年度は88億円へと伸ばしていきたいと考えております。

SDGs（持続可能な開発目標）への取り組みも本格化させるため社内プロジェクトを発足させました。「大切にします、ミライ〜ずっと地球と一緒に〜」のキャッチフレーズのもと、スタジオ照明をLEDにして、今後3年間でCO₂排出量を415トン削減します。

また、一人でも多くの方々に「テレ東ファン」になっていただきたいと考え、4月にファンコミュニティ事務局をつくりました。当社グループの様々な取り組みについて情報発信を増やすとともに、皆様の声に耳を傾け、身近で親しみを感じていただけるメディアグループを目指してまいります。

引き続き変わらぬご理解とご支援を賜りますようお願い申し上げます。

テレビ東京 全配信時代 への挑戦

～新組織が切り開くコンテンツビジネスの未来～

テレビ東京ホールディングスは2021年度を「全配信元年」と位置づけました。テレビ東京に配信ビジネス局と総合マーケティング局が新たに発足し放送と配信の相乗効果でコンテンツの価値と利益の最大化を図ります。コンテンツ統括担当の松本篤信と新設2局を指揮する福田一平が組織改編がもたらす利点とコンテンツ事業の未来像を語り合いました。



松本篤信

MATSUMOTO ATSUNOBU

(株)テレビ東京ホールディングス 専務取締役
コンテンツ全般(編成、制作、営業、配信統括)、
コンテンツ統括会議議長
(株)テレビ東京 専務取締役 コンテンツ統括、
総合編成局担当



福田一平

FUKUDA IPPEI

(株)テレビ東京ホールディングス 常務執行役員
コンテンツ統括補佐
(株)テレビ東京 常務取締役 配信ビジネス局、
総合マーケティング局担当

配信を念頭に置いた コンテンツ制作を推進

松本 今回はテレビ東京グループが打ち出した「全配信時代」について、また、その実現のために新たに発足した「配信ビジネス局」と「総合マーケティング局」についてご紹介したいと思います。これらの施策は、グループのコンテンツ収益の最大化を目指すために、どういった方法論があるかを各局の長が一堂に会して話し合う「コンテンツ統括会議」で議論と検討を重ね、実現に至りました。

これからの時代、一つのコンテンツを有効活用するために配信は欠かせません。今後は常に配信を頭に入れてコンテンツ作りをするという全社を挙げての意識改革と考えていただければと思います。

福田 我々がここ数年で直面した現実をお話すると、テレビ東京に限らず民放各局は、多大な収益をもたらしてきた既存のビジネスモデルに固執した結果、インターネットという革命的なインフラが登場した際に、残念ながらやや出



まつもとあつお ●1985年入社。入社以来、制作現場でバラエティ制作に従事。編成部長、制作局長、事業局長、BSジャパン(現BSテレビ東京)取締役などを経て、取締役となる。2020年6月にテレビ東京ホールディングス/テレビ東京の常務取締役、2021年6月に同専務取締役に就任。制作からコンテンツ戦略まで携わってきた広範かつ多岐にわたるキャリアを活かし、コンテンツ統括局長、コンテンツ統括会議議長を務めている。

データを活用することで まだまだ成長できます

遅れてしまいました。その結果、テレビの広告収入をネット広告が上回る事態を招きました。その状況を覆し、テレビ東京が今後大きく発展していくためには、テレビの作法にとらわれない、インターネットの作法で勝負していく必要に迫られたわけです。

松本 放送局にとってインター

ネットが敵だとは考えていません。放送に加え、配信の収益をどう積み上げていくか。そこで立ち上げたのが、配信戦略をコントロールする配信ビジネス局と個人視聴データやイベント事業の顧客データなど様々なデータを駆使して視聴率だけではない新たな指標作りを行う総合マーケティング局です。

クライアントと視聴者のニーズに応える体制を実現

福田 この2つの部門はテレビ東京のDX*を大きく前進させるための組織です。

配信ビジネス局は、今まで個別に運用してきたTVerなど広告付き無料動画配信のAVOD*、Paraviやテレ東BIZなど月額有料動画配信のSVOD*を一括管理する組織です。これまでも各々が頑張っただけで利益を生んできましたが、近年では別々に動くことによ

る効率の悪さも表れ始めました。そのため配信ビジネス局に配信事業を集約し、ワンコンテンツ・マルチユースで人的リソースやコンテンツ制作費を効率運用することで配信利益の最大化を実現します。

一方、総合マーケティング局は番組の視聴率調査のみならず、広告、配信、イベントなどビジネスに直結するデータ分析を強化します。昨今の広告主は、視聴者がどんな属性で、どんな嗜好で、自社商品の購買行動とどうつながるのかなど、データの裏付けのある広告プランを強く求めています。このニーズに応えるべくテレビ局の強みである視聴データとネットデータを組み合わせ、我々の媒体価値をアピールしていきます。総合プロモーション部も合流したので、番組宣伝にも、こうしたデータを活用して精度を高めていく。DXを強化することで、広告主に

も視聴者にも、さらに喜んでもらえる番組提供が可能になります。

松本 この施策によって配信収益を伸ばすことで、ステークホルダーの皆様にも十分ご恩返しができると思っています。

全配信時代に活かせる テレビ東京の強み

松本 今年度を「全配信時代」の「元年」と位置づけて歩みだしたわけですが、テレビ東京には厳しい状況下においても、常に独創的なアイデアに基づいたオリジナリティに溢れた番組コンテンツを作ること得意としてきた実績があります。これまで培ってきたその強みを、放送と配信の双方でどう

活用していけるかという点にも、皆様にはぜひ期待していただきたいです。配信事業においても、テレビ東京らしさを追求する姿勢が大切だと感じています。

福田 もともとテレビ東京のコンテンツは配信と相性がいいんです。「勇者ヨシヒコ」や「孤独のグルメ」「きのう何食べた?」などのドラマがその代表で、配信でご覧いただくファンが非常に多く、再生数を上げています。そういうエッジの効いた番組を制作できるDNAを持っているわけですから、これを活かさない手はありません。4月クールも「珈琲いかがでしょう」の初回が、見逃し配信で169万回の再生数を記録しています

DXが大きく前進します 新組織でテレビ東京の



ぶくだいっぺい ●1987年入社。映画投資部門で「TAXI」「プレア・ウィッチ・プロジェクト」「湯を沸かすほどの熱い愛」を担当。報道局では「ガイアの夜明け」「カンパリア宮殿」初代プロデューサーを務める。その後、編成部長、コンテンツビジネス局長を歴任し、2021年4月から新たに発足した配信ビジネス局、総合マーケティング局を担当、6月に常務取締役に就任。コンテンツを地上、BS、配信の三位一体で運用する推進役として指揮を執る。

し、Paraviの週間ランキングでも瞬間的にですが、テレビ東京のコンテンツが上位の半分を占める現象も起こっています。

松本 テレビ東京は特定のファンを獲得するのが非常に得意です。その点からも、番組コンテンツをマルチユースで提供できる体制が整ったことは、より多くの方にご覧いただけるチャンスが増え、商機も一層広がると捉

テレ東BIZ

4月12日に誕生した「テレ東BIZ」。「テレビ東京ビジネスオンデマンド」と「テレ東NEWS」を統合して、「WBS」をはじめ、5万本以上の経済動画を配信する日本最大級の経済動画配信サービスに



広告付き無料動画配信 100万回を超えた作品ベスト5

- 「珈琲いかがでしょう」169万回 2021年4月クール放送
- 「きのう何食べた?」155万回 2019年4月クール放送
- 「共演NG」130万回 2020年10月クール放送
- 「死役所」124万回 2019年10月クール放送
- 「アノニマス〜警視庁「指殺人」対策室〜」121万回 2021年1月クール放送

*1週間の無料動画配信で、第1話の再生回数が100万回を超えた作品



1週間で150万回を超える再生数を記録した「珈琲いかがでしょう」

©「珈琲いかがでしょう」製作委員会



秋元康×中井貴一&鈴木京香×大根仁の「共演NG」。配信でも再生数が好調に推移

©「共演NG」製作委員会

DX▶デジタルトランスフォーメーションの略。デジタル技術やデータを活用して、ビジネスや社会全体の質を高めていくよう変革していく取り組みを指す。

AVOD▶広告付き無料動画配信サービス。テレビ東京では「ネットもテレ東」、在京民放キー局5局が中心となって運営する見逃し配信サービスのTVerに参加している。

SVOD▶定額の有料動画配信サービス。テレビ東京ではTBS、日本経済新聞社、WOWOW、電通などと「Paravi」に参加。日本最大級の経済動画コンテンツ数を配信する「テレ東BIZ」を自社で運営している。



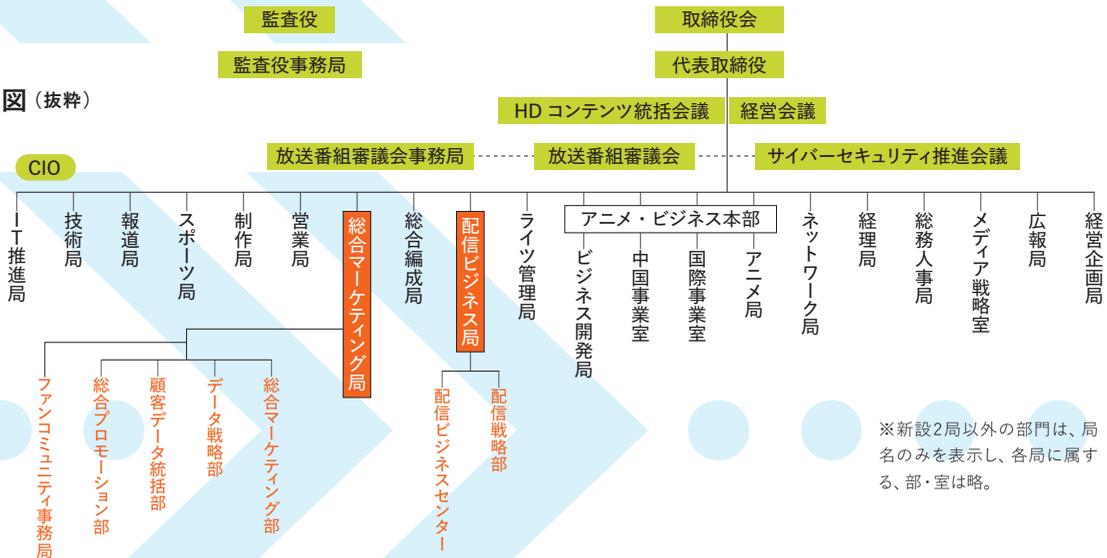
番組だけでなく、オンラインイベントも配信事業に欠かせない重要なコンテンツ。エンタメ、経済、社会貢献など、テレビ東京らしい多彩なラインアップを用意

えています。もちろん、それは新設された2局だけで実現できることではありません。周りの全部署がいかに協力するにかかっています。放送局にとって既存のビジネスモデルが崩れた、先の見えにくいこの時代を生き残っていくためには、新入社員や関連会社社員に至るまで、テレビ東京グループの全員が一つになって戦わなければなりません。福田 その決意は、今回の組織改編における部署の配置でも明らか

になりました。今までテレビ局の心臓部である総合編成局は、制作現場や営業と向き合って、視聴率と広告収入を上げていくことを主眼に取り組んできました。今回は、その総合編成局の横に配信ビジネス局の配信戦略部が机を並べました。これは紛れもなくテレビ東京が配信を強く意識し、社全体で取り組もうと考えている証しです。テレビ業界にとって、今は大転換期です。これまで先達が作り上げてきたテレビ文化は見事なもので、私もそれが好きでテレビ業界に入りましたが、それだけではもう戦っていきません。ここから

は「全配信時代」という新しい文脈。挑戦するハードルは高いけれども、やりがいを感じています。松本 一人でも多くの視聴者を確保するというこれはこれまでと同じですが、これからはデータマーケティングを活用しながら、クライアント、視聴者というお客様に対してきめ細やかなコンテンツを作り、収入につなげていきます。その手法で、地上、BS、インターネットの3波に加え、イベント事業を含めた総合コンテンツの企画制作からお届けするまでを担う会社になれば、テレビ東京はまだまだ成長できると自負しております。

テレビ東京 組織図 (抜粋)
2021年4月1日現在



和田佳恵
配信ビジネス局局长

わだよしえ ●1992年入社。報道局で「WBS」「ガイアの夜明け」「カンブリア宮殿」などを担当。2013年からコンテンツビジネス局で配信事業を担当してきた経験を活かし、新局のかじ取りを担う。

INTERVIEW

配信事業が一体化した効果で収益アップを目指します

配信事業を新部署に統合してAVODとSVODを一体運営できるようになり、効率を上げてより利益を生み出せる環境が整いました。SVODでは約8年前からドラマの配信が始まり、「孤独のグルメ」など配信でもヒット作品が生まれてきました。先行したドラマに比べてバラエティで配信できるものが少なかったため、今年度はバラエティの配信をスピーディーに強化し、Paraviの会員獲得にもつなげたいと考えています。また、4月12日より会員数約10万人の有料動画配信サービス「テレビ

東京ビジネスオンデマンド」と、登録者数約97万人のYouTubeチャンネル「テレ東NEWS」を統合し、5万本以上の経済動画を配信する日本最大級の経済動画配信サービス「テレ東BIZ」をスタートさせました。経済動画は配信でも人気がありますが、より魅力的なサービスにしていきたいと考えています。今後は総合マーケティング局とも連携してデータを分析し、放送と配信の両方でヒットする作品を生み出して利益につなげられるよう尽力したいと思います。

コンテンツ運用の核となる新設2局キーパーソンに聞く



白石公子
総合マーケティング局局次長

しらしきみこ ●1993年入社。スポーツ局で「世界卓球」の初代プロデューサーなどを務めた後、編成局マーケティング部に異動。新局の次長と総合マーケティング部長を兼任するデータ分析のスペシャリスト。

INTERVIEW

テレビ東京が持つ新たな価値をデータ戦略で伝えていきます

これまで複数の部署に分散していたマーケティングの組織を一つに集約することで、効率化を図るとともに、視聴者と広告主の両方のお客様に、細かいところまで行き届いた対応ができるようになりました。広告主に対しては、これまで配信分野でデータ戦略を行ってきたチームの知見を活かし、データを使ってテレビ東京の新しい価値を伝えていく態勢が整い、成果が表れ始めています。また、番組とのコラボや地方創生のお手伝い、共同でのグッズ開発など、広告出稿以外のセールスも

広げられるよう取り組んでいます。視聴者に対しては、新しいファンを獲得するべくプロモーション施策を考えると同時に、ファンとコミュニケーションを図るためのファンコミュニティ事務局が立ち上がりました。テレビ東京は他局にないものを生み出そうという意識が強い会社です。私たちが新たなマーケティング手法を実現し、総合マーケティング局が新設されたことで他がやっていないことができたね、と言っていただけよう頑張りたいと思います。

WBSの移行など大胆な改編を実施

「新テレ東」へ 思い切り第一歩!

2020年度の視聴率は、GH3.9%、PT3.4%、全日1.6%と3部門ともに目標とした達成視聴率をクリアできました。特に下期は各局が苦戦するなか、唯一、3部門とも前年度比でUPしました。レギュラー番組の内容強化、改善が順調に進み、テレ東ファンの皆様にご支持いただいた結果だと感じております。

2021年度4月には、かなり大掛かりな改編を行いました。その核となったのが、経済報道番組の柱でもある「WBS」の夜11時から夜10時への移行です（金曜日は夜11時）。新型コロナウイルスの影響などによる生活スタイルの変化を受けて、多くのビジネスマンの皆さんがより見やすい時間に放送することにしました。

この「WBS」の枠移行により夜11時台に新たな枠が生まれました。そこで月曜日にはドラマを放送します。第1弾は中村倫也さん主演の「珈琲いかがでしょう」、第2弾は西島秀俊さん主演の「シェフは名探偵」です。豪華キャスティングで濃い内容の作品をお送りします。

火曜日にはビートたけしさん、国分太一さんの「レベチな人、見つけた」、水曜日には「あちこちオードリー」、木曜日は「カンブリア宮殿」と平日の夜に一息ついでのにびりと見られるコンテンツを揃えました。

また、金曜日7時25分にはアニメ「シンカリオンZ」を放送。テレ東の顔ともいえるアニメにも力を入れてまいります。

これまでのファンの皆様を大切にしながら「新テレ東」へ進み続けます!



WBSが夜10時にお引越 より深く、よりタイムリーに

月-木 よる 10:00 金 よる 11:00

WBS (ワールドビジネスサテライト)

4月クールからプライムタイムに枠移行（月曜日～木曜日）した「WBS (ワールドビジネスサテライト)」、メインキャスターは大江麻理子と、新たに経済ニュースのキャリアに定評のある佐々木明子との二枚看板となりました。「より深く、よりタイムリーに」をモットーに、仕事や生活に役立つリアルタイムの経済ニュースを豊富なデータとわかりやすい解説でお届けします。暮らしとビジネスの一步先を照らす「夜10時の経済ライブ」を目指します。



出演: メインキャスター 大江麻理子、佐々木明子
フィールドキャスター 角谷暁子、田中瞳、原田修佑
解説キャスター 原田亮介、滝田洋一、山川龍雄

火 よる 11:06 23時の密着テレビ「レベチな人、見つけた」



“世の中に1%くらいしかいないだろう!”というレベルが違いすぎるすごい人=レベチな人を探し出し、その次元が違い過ぎる生活、理解できない考えに完全密着。レベチな人生を掘り下げていきます。

出演: ビートたけし、国分太一



月曜と土曜の夜11時台には豪華キャスティングのドラマ枠を新設!

Paraviをはじめとする配信サイトでもお楽しみいただけます

月 よる 11:06 ドラマプレミア23

第1弾 珈琲いかがでしょう



いい香りに誘われて向かったその先に待っていたのは、すてきな移動珈琲屋さん。店主が淹れる珈琲は、一杯一杯、丁寧に、誠実に、心を込めて淹れられ、なんだか気持ちがおののりほぐれるような、そんな味。そのお店はあなたの街にもやってくるかも……?

出演: 中村倫也、夏帆、磯村勇斗 ほか

土 よる 11:25 サタドラ

第1弾 私の夫は冷凍庫に眠っている



出演: 本仮屋ユイカ、白洲迅 ほか

この人がいる限り、自由な生活は手に入らない……そう思ってきちんと殺したのに、殺した相手が普通に帰ってきた!? 殺したはずの相手が生きていて、再びその人と生活する男女の心の内をえぐり出す、衝撃のラブサスペンスドラマ。

第2弾 シェフは名探偵



出演: 西島秀俊、濱田岳、神尾佑、石井杏奈、佐藤寛太、橋本マナミ ほか

大ヒット作品「きのう何食べた?」で主演を務めた西島秀俊が、今度は料理だけでなく推理も一流のシェフになる! 劇中に登場する数々の絶品料理と極上の謎解きミステリー。今までであったようではなかった新たなグルメドラマが誕生! 『ピストロ・パ・マル』のシェフ、三舟忍(西島秀俊)が人並外れた洞察力と推理力で、お客様が巻き込まれた事件や不可解な出来事の謎を鮮やかに解き明かす。

第2弾 春の呪い



出演: 高橋ひかる ほか

最愛の妹を亡くした主人公が恋したのは、妹の婚約者だった! 禁断の恋に揺れる姉、妹の婚約者で財閥の御曹司である青年、恐怖の幻影として姿を現す妹。複雑な想いが渦巻く奇妙な三角関係の行方とは……? 「お前が死んだら、俺も死ぬぞ」韓流ドラマとはひと味違う「情念と衝撃のラブストーリー」。

ゴールデンタイム改編率80%で勝負に出ます!

大変な時代に、大きく、変わる。BSテレ東

社会も、メディアも、そして視聴者の方々の生活も一変したなかで、これからも視聴者に寄り添って良い番組をお届けするためにはどうしたらよいか、真剣に考えた結果が、我々も大きく変わることでした。

2021年4月に、BSテレ東はゴールデンタイムの改編率80%という大きな勝負に出ました。

大型ニュース番組が、大きく、変わる。

これまで夜10時台からお届けしていました「日経プラス10」を大幅に刷新し、夜9時台(金曜日は10時台)で新たに「日経ニュース プラス9」としてスタートしました。視聴者のライフスタイルの変化(就寝が早まり、視聴の重心がやや早い時間帯に上がっている状態)を捉え、BSテレ東のメイン番組をより見やすい時間帯にお届けいたします。

見やすいタイムテーブルに、大きく、変わる。

平日夜6時台には「BS歌謡アワー」と題して毎日、歌番組を放送。多くの視聴者にご覧いただくことで、そのままゴールデンタイムの番組視聴へと誘います。そして夜7時台は、月曜は映画、火曜は旅、水曜は「外国人から見た日本」といった具合に分かりやすく番組を再配置しました。

夜10時台が、大きく、変わる。

平日月曜から木曜の夜10時台は、大人の鑑賞に堪えるエッジの立った番組を並べました。月曜日には民放連賞も受賞した「THE名門校」を、火曜日には「ガイアの夜明け」を枠移行してお届けします。水曜日は新番組「都会を出て暮らそうよ BEYOND TOKYO」、木曜日は新番組「マネーのまなび」を開始しました。



水曜と木曜に新番組スタート! テーマは「地方創生」&「マネー」

水 10:00 都会を出て暮らそうよ BEYOND TOKYO

都会から離れて自分らしく暮らしたいという人が増えています。都会中心の生活から地域の時代へ! 毎回一つの町のキーマン(首長など)がやってきて、「住みたくなる驚きの発見」と「その町の魅力・ウリ」をお届けする、新型地域情報番組。

「ここからエール!」コーナーでは、「食べて応援! 飲んで応援! 地域の名品」をテーマに日本各地にある“知られざる地酒”と“最高のアテ(おつまみ)”をセットで紹介いたします。



MC: 中村雅俊、伊藤聡子

木 10:00 日経スペシャル マネーのまなび

“人生100年時代”の到来とともに、お金の稼ぎ方、消費術、運用術などがとても大切になってきました。「急に運用と言われても……」と悩む方のために、マネーの初歩の初歩から徹底解説。昨年11月に特番として放送し、「お金の話なのに分かりやすい」と大変評判をいただいた番組をレギュラー化しました。出演は、元財務官僚でニュースキャスターの経歴も持つ村尾信尚さん。日本経済新聞のリソースを活かし、テーマごとに具体的なデータなども提示して分かりやすくお届けします。



出演: 村尾信尚(関西学院大学教授)、池谷亨(テレビ東京 チーフ・コメンテーター)ほか

夜9時台に大型経済ニュース番組が登場!

月-木 8:54 金 9:54 日経ニュース プラス9 4K



メインキャスター: 山川龍雄、榎戸教子、坂本英二

「日経プラス10」が時間帯を変え、装いも新たに放送開始。日本経済新聞の取材陣の協力による「フェイクのない」信頼できるニュースの数々。日経の海外36拠点や、クオリティの高いフィナンシャル・タイムズ(FT)の取材によるグローバル報道を一段と充実させてお送りします。

また、ジャーナリスト池上彰が大学生らとともに学び、未来を考える「チーム池上が行く!」、人気上昇中のトラウデン直美が取材する「SDGs変わりゆく世界」、サッカー元日本代表監督で現在FC今治会長の岡田武史が全国の有力経営者と語る「岡田武史のニッポン再生戦略」、雑草魂でおなじみ元メジャーリーガーによる「上原浩治の直撃!経営者」など多彩なコーナーも投入し、見ごたえのある番組をお届けします。



池上彰



岡田武史



上原浩治

土 0:00

真夜中ドラマ「高嶺のハナさん」 4K

民放無料BS局で唯一オリジナル連続ドラマを制作し続けているBSテレ東では、今年度も多数の話題作をお届けしています。今クールは、会社では高嶺の花として一目置かれている“バリキャリ”女性社員が、年下のダメ社員に超ピュアに恋をしてしまうラブコメディを、ムラタコウジの人気コミック原作を基にドラマ化! インスタフォロワー数132万超えの人気女優であり、今回が連続ドラマ初主演の泉里香が演じるすれ違いラブコメディの決定版です。

出演: 泉里香、小越勇輝、香音、猪塚健太 ほか



「ピュア4K」について

「ピュア4K」映像といわれる高精細の映像をお楽しみになるには、4Kテレビ(4Kチューナー内蔵または外付け)をご用意いただき、「4K」+「7ch」を押して、BSテレ東4Kでご覧ください。

「孤独のグルメ Season9」 約2年ぶり！ 人気ドラマの新シリーズがついに始動



©2020 久住昌之・谷口ジロー・fusosha / テレビ東京

輸入雑貨商を営む主人公・井之頭五郎（松重豊）が営業先で見つけた食事処にふらりと立ち寄り、食べたいと思ったものを自由に食す、至福の時間を描いたグルメドキュメンタリードラマ「孤独のグルメ」。待望の新シリーズが連続ドラマとして、約2年ぶりに始動！2012年1月、深夜にひっそりと放送がスタートし9年目に突入。見たら食べたくなる料理と松重豊が演じる五郎の大胆な「食べっぷり」や「心の声」はそのまんまSeason9も通常営業！まだまだ衰えない五郎の食欲にもご期待ください！

サウナブームを巻き起こした ドラマ「サ道」が待望のシリーズ化！

コロナによってサウナライフが大きく変化してしまったなかでも、前向きに新しい「サ活」を模索するナカちゃん（原田泰造）、偶然さん（三宅弘城）、蒸し男くん（磯村勇斗）。本作では今日も様々なサウナで繰り広げられる平凡だけど愛おしい十人十色のヒューマンドラマを、3人のたわいもないサウナ談義とともに描いていきます。金曜の夜、サウナ愛あふれる映像とともにお楽しみください。



©「サ道」2021年冬SP 製作委員会

映画「妖怪大戦争 ガーディアンズ」が 2021年8月13日（金）に公開

2005年に興収20億円の大ヒットを記録した「妖怪大戦争」シリーズがこの夏、新作として復活します！世界滅亡を食い止める“世界を救う勇者”に、突如選ばれてしまった主人公（寺田心）がハラハラドキドキの大冒険へと繰り出していきます。杉咲花、大沢たかお、大森南朋、安藤サクラ、三浦貴大、大倉孝二、大島優子ら豪華キャスト、妖怪、モンスターが集結する、この夏最大の感動&ファンタジーアドベンチャーにどうぞご期待ください！



©2021「妖怪大戦争」ガーディアンズ

映画賞を総なめにした前作から舞台は3年後 若き刑事に何があったのか？

舞台は前作から3年後。広島の実社会を治めていた伝説の刑事・大上（役所広司）亡き後、その遺志を受け継いだ若き刑事・日岡秀一（松坂桃李）。権力を用い、暴力組織を取り仕切っていた日岡だったが、出所してきた“悪魔の男”上林成浩（鈴木亮平）によって事態は急転していく……。原作シリーズでは描かれていない、オリジナルストーリーとして誕生！物語、アクション、緊張感、衝撃度、すべてがレベルアップ！！



©2021「孤狼の血 LEVEL2」製作委員会

「孤狼の血 LEVEL2」

公開日：2021年8月20日（金）

出演：松坂桃李、鈴木亮平、村上虹郎、西野七瀬、中村梅雀、早乙女太一、斎藤工、吉田鋼太郎

監督：白石和彌 配給：東映

劇場版「きのう何食べた？」がいよいよ今年公開！



©2021 劇場版「きのう何食べた？」製作委員会

2019年に放送され、大きな話題を呼んだドラマ24「きのう何食べた？」。2020年には正月SPも放送され、ますます幅広いファンを獲得しています。そして今年、待望の劇場版が公開されます。西島秀俊さん演じるシロさん、内野聖陽さん演じるケンジをはじめとしたおなじみのキャストに加え、映画から登場する新キャラクター、そしてとびきりの料理の数々。スクリーンで楽しむ劇場版「きのう何食べた？」をどうぞお楽しみに！

バーチャル池袋の世界がついに始動！ 「池袋ミラーワールドプロジェクト」

コロナ禍で立ち上がった「バーチャルの世界に池袋を作る」プロジェクトが、ついにサービスをスタートさせました。「池袋ミラーワールド」のホームページに登録をすれば、誰でも簡単にアクセスすることができます。3月27日の正式オープン日から、テレビ東京は3日連続でイベント「ミラーワールドEXPO」を行いました。池袋のみならず大塚でもイベントを開催し、声優イベントや視聴者参加型の企画など、全編無料・生配信でプロジェクトの世界観を届けました。今後、このバーチャルの世界をより発展させ、様々なイベントやプロジェクトを行うことで、経済圏をつくり文化を発信いたします。今後の展開にぜひご注目ください。



池袋ミラーワールド

金曜夕方5時55分からはアニメのテレ東！

テレビ東京では、月曜から日曜まで毎日欠かさずアニメを放送中。なかでも、2021年4月クールより、テレビ東京系列の金曜夕方5時55分から夜7時55分までの2時間は、人気アニメ4番組「金曜アニメオールスターズ！」が彩ります。夕方5時55分からは、個性豊かな子犬たちが様々なトラブルに立ち向かう「PAW・パトロール」でスタート。夕方6時25分からは、主人公のケータがウィスパー、ジバニャン、コマさんなど、個性豊かな妖怪たちと繰り広げるちょっぴり奇妙な物語「妖怪ウォッチ♪」。続いて夜6時55分からは、ポケモンバトルで最強を目指す少年“サトシ”と、すべてのポケモンをゲットするという夢を持つ少年“ゴウ”の冒険を描いた「ポケットモンスター」。そして夜7時25分からは、新幹線が変形する巨大ロボット「シンカリオン」とその運転士となる少年たちの活躍を描く「新幹線変形ロボシンカリオンZ」を放送中です。金曜夕方からは、テレビ東京のアニメで決まり！子どもから大人まで楽しめる、テレビ東京のアニメ番組にご注目ください。



©Spin Master Ltd. PAW PATROL and all related titles, logos, characters; and SPIN MASTER logo are trademarks of Spin Master Ltd. Used under license. Nickelodeon and all related titles and logos are trademarks of Viacom International Inc. ©LEVEL-5/妖怪ウォッチプロジェクト・テレビ東京 ©Nintendo・Creatures・GAME FREAK・TV Tokyo・ShoPro・JR Kikaku ©Pokémon ©プロジェクトシンカリオン・HER-JECWK/超進化研究所Z・TX

テレ東初の音声コンテンツレーベル「ウラトウ」配信開始

近年のデジタル音声広告市場の急成長や音声メディアへの関心の高まりを踏まえ、音楽配信サービスとしては世界最大手のオーディオストリーミングサービスSpotifyとパートナーシップを結び、テレビ東京が立ち上げた音声コンテンツプロジェクト「ウラトウ」で制作する番組を独占配信いたします。本パートナーシップにより、TXCOM（株）テレビ東京コミュニケーションズ（株）はオーディオ制作に関するノウハウやリソースを得て、テレビや動画配信サービス視聴者以外の新たなリスナー層の開拓を狙います。第1弾としてギャラクシー賞受賞、熱狂的なファンを持つ「ハイパーハードボイルドグルメリポート」の音声コンテンツを配信中です。



TXCOM×日経の経済YouTube「経済Labo」がスタート!

TXCOMと日本経済新聞社デジタル事業が、「本格的な経済・ビジネスを、もっと楽しく学ぶ」をコンセプトに立ち上げたYouTubeチャンネル「経済Labo」。そのチャンネル内で、大学の授業になぞらえたコンテンツを配信する「日経テレ東大学」がスタートしました。「家、ついて行ってイイですか?」の高橋弘樹プロデューサーが制作統括を務め、「チャラすぎるミクロ経済学」「YOUは何しに日本株へ?」など、難解になりがちな経済の話でも気軽に楽しく学べるコンテンツが仕上がりました。「経済Labo」では、20~40代を中心とするビジネスパーソンの成長につながる内容を、新たな視点で届けてまいります。



経済Labo

日経テレ東大学

「Paravi」からのお知らせ

テレビ東京ホールディングスが出資する動画配信サービス「Paravi（パラビ）」はサービス開始から3年を迎え、認知度も上がりました。テレビ東京の人気ドラマをはじめ、出資会社から提供される番組・コンテンツの品揃えは多くのユーザーの支持を得て、好調に会員数を伸ばしています。

さらなる認知度アップをめざし、新CMを公開中!

見逃したテレビ番組を楽しむだけでなく、過去の名作ドラマやアニメをイッキ見で楽しむユーザーが増えています。いわば「テレビのお困りごとを解決」するサービス…それを踏まえ、4月より「テレビ、さらに、Paravi」というキャッチフレーズのCM放送を開始しました。初めての有料動画配信サービスはParaviというユーザーの方も増えてきました。ぜひ一度、お試しください。



©Paravi

テレ東ドラマが絶好調!オリジナルストーリーも好評

「ドラマParavi」作品をはじめ、テレビ東京の多くのドラマを配信しています。この1年で話題を集めたドラマ「共演NG」や「アノニマス〜警視庁“指殺人”対策室〜」「珈琲いかがでしょう」では、Paraviオリジナルストーリーも独占配信。テレビ放送と配信サービスを並行して楽しめるということで、好評を博しています。



「アノニマチュ〜恋の指相撲対策室〜」
©「アノニマス」製作委員会

テレ東が制作するオリジナルバラエティも続々登場!

Paraviでしか観ることができない配信専用のバラエティ番組がいくつもあることをご存じでしょうか? テレビ東京が制作する「考えすぎちゃん」「A.B.C-Zの1000本ノック」「筋肉温泉」というラインアップは常に人気上位です。攻めた企画内容は配信オリジナルならではの! どうぞお楽しみください。



「考えすぎちゃん」©Paravi

通販事業

テレビ東京グループでは、ネットやテレビで魅力的な商品の通販事業を展開しています。
*スマートフォンのカメラ機能でQRコードを読み取ると、各店舗のサイトをご覧いただけます。

テレ東本舗.WEB

「テレ東本舗.WEB」は番組グッズやDVD、Blu-rayなどを販売しているネット通販サイトです。おなじみの「出川哲朗の充電させてもらえませんか?」「シナぷしゅ」「有吉い eeeee! ~そうだ! 今からお前んちでゲームしない?」といった人気番組や話題のドラマのグッズなどを広く取り揃えています。今後も番組をより楽しんでいただけるような商品展開を目指してまいります。



「有吉い eeeee!」
アクリルスマホスタンド



「珈琲いかがでしょう」
アクリルキーホルダー(たこカー)
マグカップ

テレ東本舗.WEB



テレビ東京ダイレクト

お取り寄せ番組「虎ノ門市場」

全国各地の知られざる名品を紹介するグルメ通販番組で、2020年度はステイホームの影響もあり売上30億円超の新記録となりました。主力商品は海鮮セット、有名人監修のおそうざい頒布会など。さらに今年度からは、酒類を扱う「虎ノ門酒場」も始まります。放送はBSテレビ東京・水曜夜10時~「都会を出て暮らそうよBEYOND TOKYO」番組内で。コーナー進行は、日本酒スタイリスト・島田律子。2021年度も、テレビ東京ダイレクトにご期待ください。



虎ノ門酒場
虎ノ門市場内
酒と肴と人が繋がる酒場



虎ノ門酒場

テレビ東京コミュニケーションズ

おかいものSNOOPY

PEANUTS公式オンラインショップ「おかいものSNOOPY」オリジナル、LOVELY TOWNシリーズが好評展開中です。LOVELY TOWNシリーズは、スヌーピーが生まれた街カリフォルニア州サンタローザと、私たちの住む日本をテーマに、それぞれを象徴するかわいいアイテムをギュッと集めたデザインシリーズです。今回のシリーズのためだけに描き起こしたキャラクターにも注目です。現在販売中の、ジョイントパーツで手や足を動かしてポーズをつくれる人気のポーズぬいぐるみの、かわいいサコッシュが付いた限定ミニサイズや、マイクロファイバーを用いたクイックドライタオルをはじめ、今後もLOVELY TOWNシリーズに新商品が続々登場予定です! これからもお客様のご期待に応え、満足いただける商品をお届けしてまいります。



SNOOPYミニポーズ
ぬいぐるみ/
LOVELY TOWN
3,850円(税込)



(左)クイックドライフェイスタオル/
LOVELY TOWN: 1,320円(税込)
(右)クイックドライバスタオル/
LOVELY TOWN: 2,530円(税込)



本舗



楽天市場店

取扱商品
ショップ限定オリジナル商品、
国内向けPEANUTSライセンス商品
©2021 Peanuts Worldwide LLC
日本のスヌーピーの公式サイトは www.SNOOPY.co.jp

コロナ禍で広告減少、イベント中止となるなか コストコントロールで利益を確保 アニメの海外売上が引き続き好調に推移

売上高	営業利益	親会社株主に帰属する当期純利益
1,390億 8千4百万円 (前年同期比-4.2%)	52億 2千8百万円 (前年同期比+2.0%)	25億 7千5百万円 (前年同期比-0.6%)
1株当たり配当金	総資産	純資産(自己資本比率)
25円 (年間配当40円)	1,280億 7千5百万円	890億 7千4百万円 (67.2%)

1株当たり配当金

グループの成長と企業価値の増大、長期的な経営基盤の充実に向けた内部留保とのバランスを考慮し、安定的な配当の継続を重視しつつ、業績に応じた利益還元を努めます。

1株当たりの配当金は年額20円を下限とした安定配当に加えて、業績に連動した配当として、連結ベースで配当性向30%を目標にしています。
(2022年3月期配当予想)年間配当1株当たり40円(中間配当1株当たり15円、期末配当1株当たり25円)

2022年3月期 業績予想

売上高	営業利益
1,390億円 (前年同期比+6.7%)	55億円 (前年同期比+5.2%)

※2022年3月期第1四半期より収益認識に関する会計基準が適用されます。業績予想は収益認識に関する会計基準対応ベースで作成しており、増減率は2021年3月期に新基準を適用した場合との比較となります。

地上波放送事業

売上高	営業利益
1,033億 6千1百万円 (前年同期比-7.2%)	45億 5千5百万円 (前年同期比-8.8%)

放送事業(地上波放送、番組販売)

放送事業収入(売上高)の合計は10.3%減の728億6千9百万円となりました。

番組提供の sponsor から得られるタイム収入のうち通常放送(レギュラー部門)では、系列局を通じた全国放送(ネット部門)、テレビ東京単独の首都圏放送(ローカル部門)の両方において、4月・10月クールの番組改編に伴う落ち込みがありました。これに加え、特別番組(特番)部門では新型コロナウイルスによるスポーツやイベントなどの開催中止や規模縮小が響きました。スポット収入はコロナ禍の影響から10月以降少しずつ回復したものの、上期の落ち込みが大きく影響しました。地方放送局などへの番組販売収入は、各局の番組購入費の削減などの影響がありました。

ライツ事業(アニメ、コンテンツ、イベントなど)

ライツ事業収入(売上高)の合計は1.1%増の304億9千2百万円となりました。アニメ部門は、国内での商品化ビジネスが前年並みを維持し、中国をはじめとした海外では「BORUTO」のSNSゲームが売上を伸ばしました。放送番組をインターネット配信の課金プラットフォームなどに販売するコンテンツ部門では、コロナ禍による制作中断や延期等の影響を受けました。映画部門は「パラサイト 半地下の家族」のヒットにより、前年比で増益となりました。イベント部門も相次いで計画を縮小・中止せざるを得なくなりました。

放送周辺事業

売上高	営業利益
420億 1千9百万円 (前年同期比+0.1%)	30億 4千7百万円 (前年同期比+21.0%)

テレビ通販事業を手掛けるテレビ東京ダイレクトは、コロナ禍の巣ごもり需要を捉え、生活関連商品が人気を集めました。お取り寄せグルメ「虎ノ門市場」も大きく売上を伸ばしたことから、同社は3期連続で増収増益を達成しました。

音楽出版を手掛けるテレビ東京ミュージックは、年間を通して印税収入が順調に推移しました。配信関連の楽曲使用料や、海外からの印税も売上に貢献しました。

アニメ専門チャンネル「AT-X」を手掛けるエー・ティー・エックスでは、加入促進キャンペーンを行いました。放送売上の増加には至りませんでした。

BS放送事業

売上高	営業利益
160億 6千5百万円 (前年同期比-2.0%)	13億 6千1百万円 (前年同期比+5.6%)

放送事業(BS放送)

放送収入(売上高)のうちタイム収入は、スポーツコンテンツを放送できないなどのコロナ禍の影響を大きく受けるなか、開局20周年記念特番や通販番組等で巻き返しを図りましたが前年実績を下回りました。一方、スポット収入では、コロナ禍のなかでも通販スポンサーを中心に出荷が増えたことにより前年実績を上回りました。

ライツ事業(コンテンツ、イベントなど)

コロナ禍によりコンテンツ制作に一部影響が生じましたが、BSオリジナル新作の制作を継続、アーカイブ作品とともに配信・ビデオ化・海外販売などに取り組みました。イベント事業は規模縮小及び延期を余儀なくされましたが、当初想定を上回る実績を残しました。

以上により、BSテレビ東京は、売上高が民放キー局系のBS5局の中で初めてトップになりました。

コミュニケーション事業

売上高	営業利益
60億 5千7百万円 (前年同期比+25.9%)	3億 1千2百万円 (前年同期比+2.9%)

コミュニケーション事業では、巣ごもり需要を捉えたスヌーピーなどのキャラクター EC事業が一年を通して好調に推移しました。また、動画配信の再生増により広告売上も大幅に伸びました。

「大切にします、ミライ〜ずっと地球と一緒に〜」をキャッチフレーズに

テレビ東京グループのSDGsプロジェクトが始動しました



テレビ東京グループは、これまで取り組んできた様々な社会貢献活動をさらに一歩進め、国連が掲げるSDGs（持続可能な開発目標）への取り組みを21年度から本格的にスタートします。その中核組織として、社内横断のプロジェクトチームを発足させ、キャッチフレーズ「大切にします、ミライ〜ずっと地球と一緒に〜」を決めました。

第1弾として国内初となるLEDスタジオ照明設備のリモートプロダクションシステムを神谷町第2スタジオに導入しました。さらに照明のLED化を進め、今後3年間でCO₂排出量を415トン削減します。

世界が持続的に発展するための目標となるSDGsは、今や世界中の企業や団体が取り組むべき課題となり、関連したニュースや新聞記事を見ない日はないほどです。日本の多くの有力企業が経営方針の一つに掲げて実行に移し始めています。テレビ東京グループも3月8日、国連が報道機関に協力を呼びかけている「SDGメディア・コンパクト」に署名し、即日承認されました。加盟をきっかけにSDGsにつながる番組制作をさらに促進していきます。

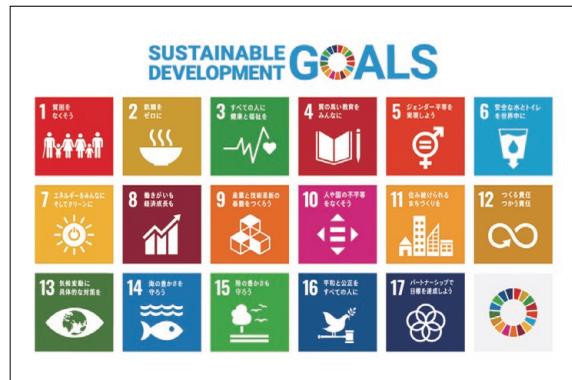
テレビ東京グループは、21年度からの3カ年の中期経営計画にも取り組むべき重要な

テーマとして盛り込みました。SDGsは企業の本業とは別の非営利的な社会貢献活動ではありません。放送・配信、イベント開催などの中核のビジネスだけでなく、それを支えるあらゆる業務の中にもSDGsにつながる題材があるはずで、SDGsには17の目標（ゴール）と、さらに詳細な169もの具体的なターゲットが設定されています。少し視点を変えることで、さらなる貢献につながる事が十分に考えられるのです。

こうした観点からSDGsプロジェクトは本社、グループ各社のあらゆる部署が参画する形で運営していきます。また次世代育成のためのキャリア教育やチャリティ活動などを通じて地域・社会に貢献してきたこれまでのCSR委員会の活動は、SDGsプロジェクトに取り込む形で継続します。放送・配信のコンテンツを通じて取り組みをはじめ、スタジオなどの放送設備やオフィスのCO₂削減といった幅広い活動を展開します。



「SDGメディア・コンパクト」に署名する石川社長



ファンコミュニティ事務局が発足！

テレビ東京では2019年末に社内横断の有志による「ファンプロジェクト」を発足させさまざまな施策を展開してきましたが、今年4月、このプロジェクトを組織化し「ファンコミュニティ事務局」が誕生しました。テレ東ファンをつくり増やしていくファンマーケティングを一層加速させて参ります。

事務局では、ファンコミュニティサイト

(下期予定)、SNSを通じたコミュニケーションやファン向けイベントなどを通じてファンのロイヤリティを高め、その輪を広げていくことでコンテンツの視聴、グッズ販売などに貢献することを目指します。皆様にも“ファン株主”となっただけでなく、テレビ東京のファンマーケティングにご注目ください。



SNSやファンミーティングを通じて吸い上げた意見を番組制作に活かし、テレ東ファンを増やします



テレビ東京グループ | TXNネットワーク

テレビ東京グループ

(株)テレビ東京ホールディングスは、地上波放送、BS放送、コミュニケーション事業など、あらゆるメディアを持つテレビ東京グループの持株会社であり、一つのコンテンツを持つ価値の最大化を目指します。

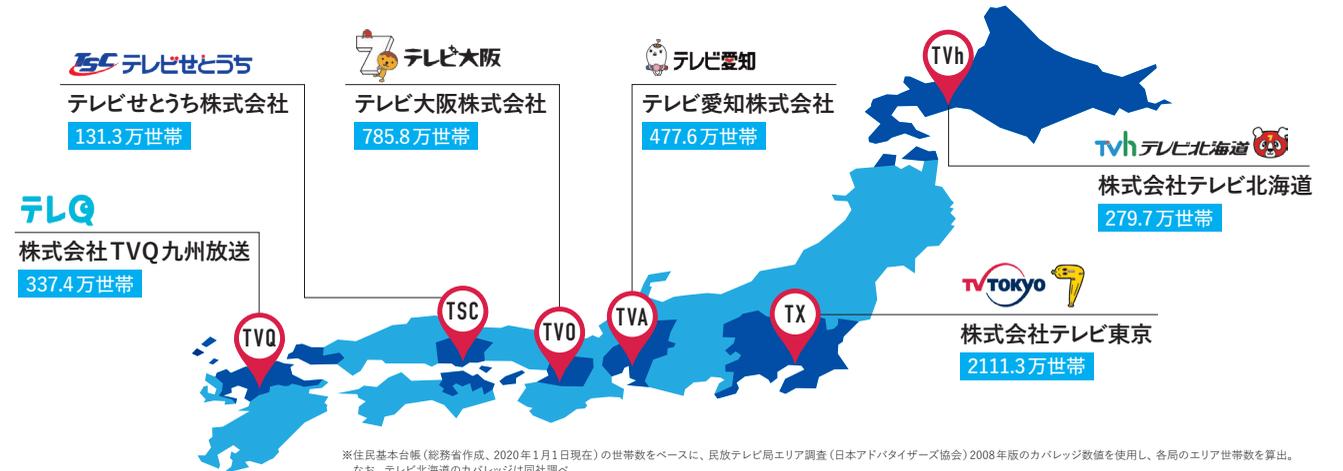
(株)テレビ東京ホールディングス

- (株)テレビ東京
 - (株)BSテレビ東京
 - (株)テレビ東京コミュニケーションズ
 - (株)テレビ東京コマース
 - (株)テレビ東京アート
 - (株)テレビ東京システム
 - (株)テレビ東京制作
 - (株)テレビ東京ヒューマン
 - (株)テクノマックス
 - (株)テレビ東京ビジネスサービス
- (株)テレビ東京ミュージック
 - (株)テレビ東京メディアネット
 - (株)テレビ東京ダイレクト
 - (株)エー・ティー・エックス
 - TV TOKYO AMERICA, INC.
- [持分法適用関連会社]
- (株)日経映像
 - (株)インタラクティブィ
 - (株)日経CNBC
 - (株)プレミアム・プラットフォーム・ジャパン
 - (株)TVer
- 地上波放送事業
 - 放送周辺事業
 - BS放送事業
 - コミュニケーション事業

沿革		
1964年	テレビ東京	日本科学技術振興財団テレビ局開局、放送開始
1968年	テレビ東京	(株)東京十二チャンネルプロダクション設立
1973年	テレビ東京	(株)東京十二チャンネルに社名変更 科学教育専門局から一般総合局へ
1981年	テレビ東京	(株)テレビ東京に社名変更
1985年	テレビ東京	港区虎ノ門に移転
1998年	BSテレビ東京	(株)ビー・エス・ジャパン設立((株)BSテレビ東京)
1999年	テレビ東京	天王洲スタジオ完成
2001年	テレビ東京 コミュニケーションズ	テレビ東京ブロードバンド(株)設立 ((株)テレビ東京コミュニケーションズ)
2010年	テレビ東京 ホールディングス	(株)テレビ東京、(株)BSジャパン、テレビ東京ブロードバンド(株)が経営統合して(株)テレビ東京ホールディングスを設立
2013年	テレビ東京 コミュニケーションズ	(株)テレビ東京コミュニケーションズに社名変更
2016年	テレビ東京 ホールディングス	港区六本木に移転
2018年	BSテレビ東京	(株)BSテレビ東京に社名変更

TXNネットワーク

TXNネットワークは、テレビ東京をキー局として6局で構成された効率的なネットワークで、全国視聴可能世帯の約70%をカバーしています。



会社情報

会社概要

会社名	株式会社テレビ東京ホールディングス (TV TOKYO Holdings Corporation)
本店所在地	東京都港区六本木3-2-1 六本木グランドタワー
URL	https://www.txhd.co.jp/
設立	2010年10月1日
資本金	100億円

役員 (2021年6月17日現在)

代表取締役会長	小孫 茂	株式会社テレビ東京 代表取締役会長
代表取締役社長	石川 一郎	株式会社テレビ東京 代表取締役社長
専務取締役	新実 傑	CIO、技術、報道、メディア戦略、業務改革統括、 コンテンツ統括会議副議長
	加増 良弘	経営企画、経理統括
	松本 篤信	コンテンツ全般(編成、制作、営業、配信統括)、 コンテンツ統括会議議長
常務取締役	狐崎 浩子	総務人事担当、法務、広報、労務、グループ統括
	川崎 由紀夫	アニメ・ビジネス統括
取締役	大橋 洋治	ANAホールディングス株式会社 相談役
	岩沙 弘道	三井不動産株式会社 代表取締役会長
	岡田 直敏	株式会社日本経済新聞社 代表取締役会長
	澤部 肇	TDK株式会社 元代表取締役会長
	奥 正之	株式会社三井住友フィナンシャルグループ 名誉顧問
常勤監査役	小田原 明子	
監査役	村上 一則	
	加賀見 俊夫	株式会社オリエントランド 代表取締役会長(兼)CEO
	尾崎 道明	弁護士

- (注) 1. 取締役 大橋洋治氏、取締役 岩沙弘道氏、取締役 岡田直敏氏、取締役 澤部肇氏、取締役 奥正之氏は社外取締役です。
2. 監査役 村上 一則氏、監査役 加賀見俊夫氏、監査役 尾崎道明氏は社外監査役です。
3. 取締役 大橋洋治氏、取締役 岩沙弘道氏、取締役 澤部肇氏、取締役 奥正之氏は東京証券取引所の定めに基づく独立役員です。

グループ全体の最新情報・詳細はウェブサイトからどうぞ

<https://www.txhd.co.jp/>

TXHD 検索

テレビ東京ホールディングスとグループ会社の最新情報をまとめて閲覧できます。また、テレビ東京ホールディングスの経営計画や財務情報、株式情報など、株主・投資家の皆様向けの情報をご覧いただけます。



株式情報 (2021年3月31日現在)

株式の状況

発行可能株式総数	100,000,000株
発行済株式総数	28,279,500株
株主数	8,671名
単元株式数	100株

大株主

株主名	持株数(株)	所有比率(%)
株式会社日本経済新聞社	9,052,710	32.01
吉田嘉明	1,400,000	4.95
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	1,239,100	4.38
株式会社みずほ銀行	1,006,300	3.56
三井物産株式会社	1,002,050	3.54
日本生命保険相互会社	680,150	2.41
株式会社東京計画	660,000	2.33
株式会社SMBC信託銀行 (株式会社三井住友銀行退職給付信託口)	590,500	2.09
株式会社MBSメディアホールディングス	518,050	1.83
株式会社日本カストディ銀行(信託口9)	508,300	1.80

株主メモ

事業年度	4月1日から翌年3月31日まで
定時株主総会	毎年6月に開催(議決権の基準日は毎年3月31日)
公告掲載新聞	東京都において発行する日本経済新聞
株主名簿管理人	みずほ信託銀行株式会社

お手続き

- 株式に関する各種お手続き(未受領の配当金を除く)につきましては、原則、口座を開設している証券会社等で承ります。
- 未受領の配当金につきましては、みずほ信託銀行、みずほ銀行及びみずほ証券(取次のみ)の本支店で承ります。
- ご不明な点は、下記のみずほ信託銀行へお問い合わせください。

みずほ信託銀行株式会社 証券代行部

〒168-8507 東京都杉並区和泉2-8-4 0120-288-324(フリーダイヤル)

お問い合わせ先

株式会社テレビ東京ホールディングス 総務人事局総務部

〒106-8007 東京都港区六本木3-2-1 六本木グランドタワー ☎03-6635-1771(代表)